

Du hast die Macht beim Konsum – oder doch nicht?

SEK I
Gesamtschule

Der Valentinstag: Tag der Verliebten oder Tag des Konsums? Blumen gehören dazu. Alleine zum Valentinstag werden jährlich rund 800 Tonnen Schnittblumen interkontinental nach Deutschland gebracht. Aber tragen wir mit dem Kauf von Blumen im Winter eine Verantwortung? Konsumentinnen und Konsumenten sollen mit ihrem Verhalten für „gesunde“ Lebensmittel sorgen, dabei das Klima und den Regenwald retten. Sie sollen wenn möglich regional einkaufen oder beim Produktkauf auf Fairtrade achten; sie sollen für das Alter vorsorgen und mit ihrem Konsum die Wirtschaft ankurbeln. Wie können sie diesen Anforderungen gerecht werden? Eine Antwort, die auf jede Konsumentin und jeden Konsumenten sowie jeden Markt zutrifft, gibt es nicht. Gleichwohl ist der mündige Konsument ein zentrales gesellschaftliches Leitbild. Ein Aspekt von Mündigkeit ist die informierte Reflexion der eigenen Rolle. Hier setzt die vorliegende Unterrichtseinheit an.

Über eine Econovela steigen die Lernenden ins Thema ein, bevor sie sich am Beispiel Valentinstag dem Thema Konsum nähern. Es wird deutlich, welche Grenzen dem eigenen Einfluss durch das jeweilige Budget, soziale und kulturelle Einflüsse gesetzt werden. So lernen Schülerinnen und Schüler, dass es keine einfache Antwort auf die Frage nach der Marktmacht der Konsumenten gibt.

Überblick

Themenbereich	Haushalt, Konsum und Geld → Konsum → Einflussfaktoren
Anforderung	Gesamtschule
Klassenstufe	Klasse 7/8
Vorwissen	–
Zeitbedarf	2 Unterrichtsstunden
Methode	Positionslinie, Talkshow
Kompetenzen	Die Schülerinnen und Schüler ... <ul style="list-style-type: none"> ◆ setzen sich mit unterschiedlichen Perspektiven zum Einfluss von Konsumenten auf das Güterangebot auseinander. ◆ reflektieren das eigene Konsumhandeln. ◆ üben ihre Fähigkeit zur Perspektivübernahme und zum sachlichen Austausch von Argumenten.
Schlagworte	Markt, Konsum
Autor	Michael Keil
Redaktion	Friedrich Verlag
Produktion	Klett MINT (Februar 2021)



Unterrichtsverlauf

Zeit	Phase	Inhalte	Materialien	Tipps / Hinweise
1. und 2. Unterrichtsstunde				
10' 	Einstieg	Die SuS schauen die Econovela und machen sich Notizen. Die SuS erstellen ein Meinungsbild zur Einflussstärke von Konsumentinnen und Konsumenten.	Econovela: Marktmacht: Von Schicksal, Sternchen und Saftläden	Beamer, Computer Unterrichtsgespräch Digitale Methode: Positionslinie
15' 	Überleitung / Erarbeitung I	Die SuS erarbeiten das Pro und Contra von Blumen zum Valentinstag.	M1 So erblüht das gute Gewissen Arbeitsblatt: Blumen zum Valentinstag	Einzel- oder Partnerarbeit Methode: Mindmap Unterrichtsgespräch Differenzierung: Für leistungsschwächere SuS ist eine Hilfestellung im Lösungsteil zu finden.
10' 	Ergebnis-sicherung / Überleitung	Die Ergebnisse werden an der Tafel gesammelt. Die SuS gleichen ihre Kommentare mit ihren Notizen zur Econovela ab.	M1 So erblüht das gute Gewissen	Unterrichtsgespräch
25' 	Erarbeitung II	Die SuS analysieren arbeitsteilig verschiedene Rollen und erarbeiten den Einfluss der Konsumentinnen und Konsumenten aus verschiedenen Blickwinkeln.	M2 Konsumenten-Typen im Blick Rollenkarte A Rollenkarte B Rollenkarte C Rollenkarte D Arbeitsblatt: Steckbrief	Gruppenarbeit, in Kleingruppen Die SuS werden je nach Lerngruppe mittels Losverfahren oder nach Leistungsniveau in Gruppen (A, B, C, D) eingeteilt. Differenzierung: Leistungsstärkere SuS können Rollenkarte A bearbeiten; leistungsschwächere SuS können Rollenkarte B bearbeiten.
20' 	Anwendung	Die SuS präsentieren ihre Ergebnisse und diskutieren diese in Form einer Talkshow. Die Talkshowgäste gehen auf die Beiträge der anderen Rollen ein. Beobachtungsbögen werden vervollständigt.	Rollenkarte A Rollenkarte B Rollenkarte C Rollenkarte D Arbeitsblatt: Steckbrief Arbeitsblatt: Beobachtungsbogen	Methode: Talkshow Unterrichtsgespräch Dokumentenkamera, sonst Tafel
10' 	Sicherung	Die SuS wiederholen die Stundeninhalte und üben diese ein.	Arbeitsblatt: Eigene Position formulieren und begründen	Unterrichtsgespräch, Einzelarbeit Evtl. als Hausaufgabe

Bedeutung der Symbole

Die Symbole zeigen an, für welche Niveaustufe(n) die Aufgabe / das Arbeitsblatt angedacht ist:



Grundlegendes Niveau



Mittleres Niveau



Erweitertes Niveau

Manchmal bearbeiten Schülerinnen und Schüler mehrerer oder aller Niveaustufen dieselbe Aufgabe / dasselbe Arbeitsblatt.



Dieses Symbol findest du auf den Arbeitsblättern. Die dort gestellten Aufgaben kannst du direkt auf dem Arbeitsblatt lösen.



Der Wegweiser gibt an, dass du hier zwischen unterschiedlichen Arbeitsblättern, Aufgaben oder auch Sozialformen (Einzel-, Partner- oder Gruppenarbeit) wählen kannst. Deine Wahl kannst du ganz nach deinem Interesse bzw. Leistungsstand treffen.



Diese Symbole zeigen dir an, dass du die Aufgabe zusammen mit einem oder mehreren Mitschülerinnen bzw. Mitschülern bearbeiten sollst. Dabei könnt ihr euch untereinander austauschen und so als Team an einer gemeinsamen Lösung arbeiten.



Das Ausrufezeichen weist dich auf einen wichtigen Merksatz hin.



Econovela: Marktmacht: Von Schicksal, Sternchen und Saftläden



In dieser Folge der Econovela probieren Justus und seine Freundinnen ein neues Café aus und erleben dabei ein ganz schön haarsträubendes Abenteuer. Was werden sie dabei lernen und über ihre Macht als Konsumentinnen und Konsumenten herausfinden?



Digitale Methode: Positionslinie

These:

„Die Konsumentinnen und Konsumenten haben die Macht über den Markt.“

D Marktmacht

Anbieter oder Nachfrager nehmen auf einem Markt eine wichtige und führende Position ein. Das kann bedeuten, dass sie keine bzw. keine bedeutende Konkurrenz haben oder im Vergleich zu anderen Wettbewerbern eine starke Marktstellung einnehmen.

Deine Meinung ist gefragt! Am Whiteboard wird dir eine Frage angezeigt. Stimmt du dieser Aussage zu oder eher nicht? Nutze dein mobiles Endgerät, um deine Meinung abzugeben. Das Ergebnis der Klasse wird anschließend angezeigt.

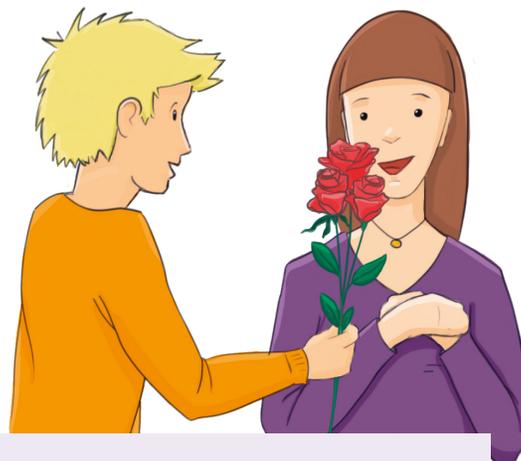
Aufgabe



1

- a) Schau dir die Episode „Marktmacht: Von Schicksal, Sternchen und Saftläden“ aufmerksam an. Mache dir dabei Notizen zu folgender Fragestellung:
Wer sorgt eigentlich dafür, dass man von Unternehmen gute Produkte zu fairen Preisen bekommt?
- b) Positioniere dich mithilfe der digitalen Umfrage zu der Aussage, dass „die Konsumentinnen und Konsumenten die Macht über den Markt haben“ und begründe deine Position über die Kommentarfunktion.

M1

So erblüht
das gute Gewissen

a) Blumenhandel und Produktion

Mythen und Legenden ranken sich um den Ursprung und die Entstehung des Valentinstag. Einer christlichen Legende nach gab es im 3. Jahrhundert nach Christus den heiligen Valentin, der trotz eines Verbots Liebespaare traute, also miteinander verheiratete. So oder so: Der Valentinstag ist heute ein beliebter Tag für Verliebte und zum Schenken.

Blumen zum Valentinstag dürfen eigentlich bei keiner romantischen Verabredung fehlen. Dabei sollte man sich jedoch bewusst machen, woher die roten Rosen stammen.

Der weit überwiegende Teil aller in Deutschland verkauften Schnittblumen ist importiert. Sie kommen unter anderem aus Ländern Süd- und Mittelamerikas sowie Afrikas. Zu den wichtigsten Exporteuren gehören Kolumbien, Ecuador und Kenia. Ein kleiner Teil der Importe stammt aus Israel oder Spanien. [...]

Der überwiegende Teil der importierten Blumen (insgesamt 85 Prozent der Importe) kommen jedoch aus den Niederlanden. Es ist das Zentrum des weltweiten Blumenhandels und liefert etwa 30 Prozent seiner Schnittblumenproduktion nach Deutschland. Doch nur die Hälfte der Blumen, die aus den Niederlanden hierzulande in den Handel kommen, ist auch aus niederländischer Produktion. Die andere Hälfte stammt ursprünglich ebenfalls aus Ländern in Afrika und Lateinamerika.

Der Import der Blumen aus Afrika und Lateinamerika ist dagegen trotz des aufwändigen Transportes per Flugzeug in gekühlten Frachtbehältern kostengünstiger als die eigene Produktion. Das liegt daran, dass die Arbeiter in den Plantagen der Länder im Süden sehr wenig verdienen und dass es kaum Umweltschutzrichtlinien gibt, die in der Produktion Zusatzkosten verursachen könnten. [...]

Damit die Blumen nicht verderben und so frisch wie möglich in den Verkauf gelangen, darf die Kühlkette während des Transports nicht unterbrochen werden. Zudem müssen die Blumen schnellstmöglich zu den Abnehmern transportiert werden. Spätestens drei Tage nach dem Schneiden müssen sie im Laden stehen, um frisch an die Kunden zu gelangen.

Bundesverband Verbraucherinitiativen in: Oeko-fair.de

b) Sollte man auf Import-Blumen also am besten ganz verzichten?

Tarifvertrag

= regelt die Rechte und Pflichten von Arbeitnehmerinnen / Arbeitnehmern und Arbeitgeberinnen / Arbeitgebern und damit viele Fragen der Arbeitsbedingungen wie zum Beispiel Lohn und Gehalt, die Dauer der Wochenarbeitszeit oder die Höchstdauer der täglichen Arbeitszeit.

Pensionsleistung

= regelmäßig bezahlte Versorgungsleistung im Alter

Pestizide

= Schädlingsbekämpfungsmittel

So einfach ist die Lösung auch wieder nicht. In Kenia arbeiteten rund 900.000 Menschen auf den Plantagen, meist Frauen – und oft unter schlechten Bedingungen, erzählt Irene Nyambura von der dortigen Landarbeiter-Gewerkschaft KPAWU im Skype-Interview: „Es gibt Blumenfarmen mit **Tarifvertrag** und Gewerkschaft – und solche ohne. Auf den Farmen ohne Tarifverträge sieht man, dass die Beschäftigungsbedingungen für die Arbeiter problematisch sind.“ [...] „Die Frage, wie sicher die Arbeitsplätze sind, betrifft jetzt alle Farmen. Denn wegen der Pandemie ist es schwer, einen Tarifvertrag überhaupt noch anzuwenden. Ein Großteil der Arbeiter wurde entlassen. Und manche bekommen nur noch die Hälfte des Lohnes oder haben unbezahlten Urlaub.“

Für viele Plantagenarbeiterinnen ein existentielles Problem: Sie haben keinerlei anderes Einkommen. Würden die Verbraucher hierzulande Importblumen wegen mangelnder Arbeitnehmerrechte komplett boykottieren – dann wäre das aus Sicht der Beschäftigten gerade in Corona-Zeiten ein denkbar schlechtes Signal.

Ein guter Kompromiss aus Sicht vieler Fachleute können da Blumen aus Fairtrade-Anbau sein. Dieses Siegel sichere faire Arbeitsbedingungen, sagt Claudia Brück aus dem Vorstand bei Transfair. Dieser Verein vergibt das Siegel. „Ganz konkret geht es darum, Arbeitsverträge abzuschließen, dass es keine Tagelöhner sind, sondern dass ein festes Arbeitsverhältnis vorliegt. In dem dann auch die Arbeitenden Anrecht haben auf **Pensionsleistungen** oder auf Krankenschutz oder auf Mutterschutz.“ Und außerdem gibt es bei Fairtrade ein Prämiensystem für die Blumenfarmen. Wie dieses Extra-Geld verwendet wird, dürfen die Mitarbeiter selbst entscheiden. Derzeit in der Covid-Zeit werden diese Prämien, so Brück, vor allem [dafür genutzt,] beispielsweise Masken auszuteilen, Essen zu verteilen, weil die Situation so schwierig sei. Auch in Sachen **Pestizide** sind Fairtrade-Farmen meist einen Schritt voraus: Viele der besonders gefährlichen Substanzen sind bei Fairtrade verboten. Ganz ohne geht es aber einfach nicht [...] Immerhin: Die erlaubten Pestizide würden möglichst sparsam verwendet, erläutert Brück – und die Mitarbeiter trügen Sicherheitskleidung. Mehr Umweltschutz, mehr Gesundheitsschutz, mehr Arbeitnehmerrechte also. Und was kosten solche Blumen den Verbraucher dann extra? Für Verbraucher macht dieser Fairtradeansatz einen Preisunterschied von zirka zehn Prozent aus.

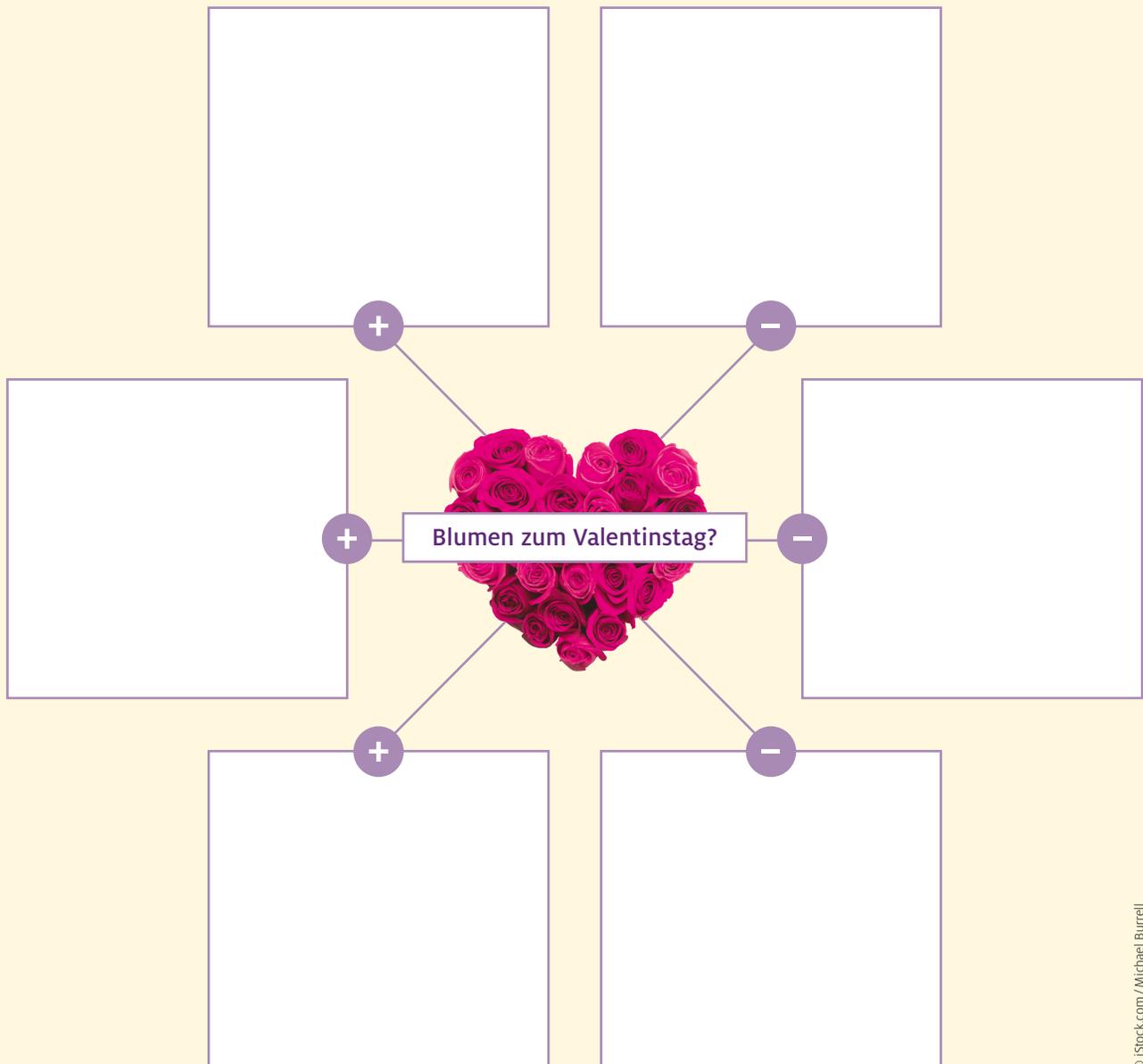
SWR Wissen (www.swr.de):

So funktioniert der Blumen-Anbau fair und nachhaltig
Stöckel, Mirjam (2020)





Arbeitsblatt: Mindmap



© iStock.com / Michael Burrell

Aufgabe



2

- a) Lies M1 und trage Argumente für und wider den Blumenkauf zum Valentinstag in das Arbeitsblatt ein (a und b können auch arbeitsteilig gelesen werden).
-  b) Wer hat es in der Hand, dass durch den Blumenkauf am Valentinstag die Beschäftigten auf den Blumenfarmen in den Anbauländern profitieren und die Umwelt vor Ort besser geschützt wird?
-  c) Stelle deinen Mitschülerinnen und Mitschülern deine Gedanken vor.

M2

Konsumenten-Typen im Blick

Rollenkarte A

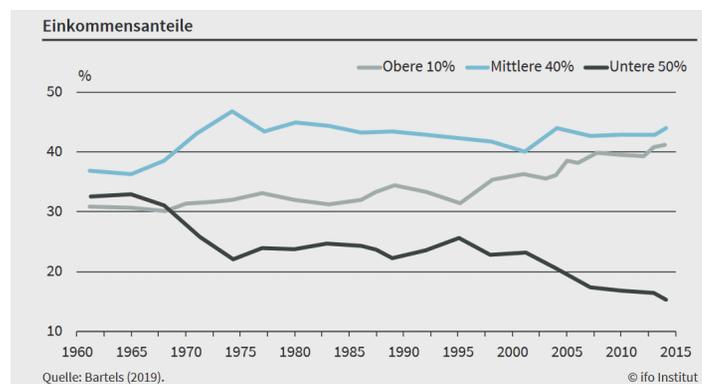
Einfluss skeptikerin / Einfluss skeptiker

These:

„Das Beispiel mit dem Valentinstag zeigt doch, dass die meisten Leute Opfer der Werbung sind. Obendrein haben die meisten Menschen zu wenig Geld, um etwas zu verändern.“

Material:

a) Relative Einkommensanteile bei hohen, mittleren und niedrigen Einkommen



- ▲ Relative Einkommensanteile: Einkommen der Menschen dieser Bevölkerungsgruppe geteilt durch die Einkommen aller Menschen in einem Land.
ifo Schnelldienst 2/2020, S.10.

b) Qualityland 2.0

„Nun“, sagt Oliver, „ich bin ja kein strenggläubiger Neoliberalist, aber ich denke schon, dass der Arbeitsmarkt weiß, was er tut ...“

„Der Markt weiß gar nichts!“, sagt Peter. „Er hat ja kein Gehirn, oder so!“

„Aber er ist die Summe unserer Entscheidungen.“

- 5 „Ach, hören Sie mir doch auf. Unserer Entscheidungen ... Alle tun immer so, als wäre der Markt irgendwie demokratisch. Das ist doch totaler Quatsch. Er wird ja nicht von allen beherrscht, sondern nur von denen, die Geld haben. Und wenn ein Prozent über mehr als die Hälfte des Reichtums verfügt, entscheiden hauptsächlich diese Leute darüber, was auf dem Arbeitsmarkt gefragt ist. Jeder wird
- 10 Ihnen sagen, dass es zu wenig Krankenpfleger und Lehrer, aber zu viele Anwälte und Marketingfuzzis gibt. Trotzdem verdienen die Anwälte immer mehr und die Krankenpfleger immer weniger. Das liegt daran, dass die Leute, die das Geld haben, nur sehr begrenzt Krankenpfleger oder Lehrer brauchen, aber anscheinend nie genug Anwälte und Marketingfuzzis haben können.“

Marc-Uwe Kling (2020): Qualityland 2.0, S.268.

D Neoliberalist – Anhänger des Neoliberalismus:

Im Text meint dies eine wirtschaftspolitische Grundorientierung, die für einen starken Abbau staatlicher Leistungen, z. B. die Privatisierung von Gefängnissen, steht und in den 1980er Jahren u.a. durch die damaligen Regierungen unter US-Präsident Reagan und der britischen Premierministerin Thatcher in konkrete Politik umgesetzt wurde. Eine bis zur Finanzkrise 2009 vorherrschende Meinung unter Politikerinnen und Politikern und Fachleuten der Wirtschaftspolitik, die auch heute noch sehr einflussreich ist. Ökonomen nennen diese Denkrichtung Monetarismus.

c) Der Einfluss des Marketings auf Konsumentinnen und Konsumenten

Imitiert die Werbung das Leben oder umgekehrt? Nach dem großen Erfolg der Filmkomödie „Die Hochzeits-Crasher“ ist es eine Zeit lang oft passiert, dass in der ganzen Welt viele Leute versucht haben, sich Zutritt zu fremder Leute Hochzeit zu verschaffen. Das zeigt, dass Werbung viele Menschen weltweit stark beeinflusst.

5 Werbung umgibt uns ständig in Form von Werbebotschaften, Geschäften und Produkten, die sich um unsere Aufmerksamkeit bemühen. Vieles, was wir über die Welt wissen, wird von Marketingspezialisten gefiltert. In vielen Bereichen sind wir auf die Informationen angewiesen, die Marketingexperten uns geben. Wir müssen uns darauf verlassen, dass sie uns die Wahrheit über die Sicherheit
10 und Funktionsfähigkeit von Produkten sagen und dass der Verkauf der Produkte zu fairen Preisen und Bedingungen geschieht.

Egal, ob es sich um die Fußballweltmeisterschaft, Altpapierrecycling, Piercing, Rauchen, Computerspiele oder Twittern handelt: Überall spielen Marketingprofis eine entscheidende Rolle für unsere Wahrnehmung der Welt, in der wir leben
15 und wie wir in ihr leben.

Solomon, Michael R.; *Konsumentenverhalten*, 11. aktualisierte Auflage, Pearson Deutschland, Hallbergmoos 2016, S. 19

**Diskussions-
hinweise:**

- ◆ Wie groß waren die Unterschiede beim Einkommen zwischen der ärmeren Hälfte der Menschen in Deutschland („Untere 50%“) und den relativ Wohlhabenden hierzulande 1960, 1995 und 2015? Findet es anhand des Diagramms a) heraus.
- ◆ Überlegt, wie viel Geld ärmere Menschen für Bekleidung und Freizeitgestaltung (Reisen, Medienkonsum, Ausgehen) zur Verfügung haben und wie es vielleicht bei Wohlhabenden aussieht.
- ◆ Was sagt das über deren Marktmacht aus (siehe dazu auch b)?
- ◆ Warum kaufen wir, was wir kaufen und was sagt das über unsere Marktmacht aus (siehe dazu auch c)?

Rollenkarte B

Einflussoptimistin / Einflussoptimist

These:

„Wir haben es als Konsumentinnen und Konsumenten in der Hand:
Wenn jeder und jede einzelne mithilft, kann die Welt ein besserer Ort werden.“

Material:

a) Ethische Geschäfte

Ethisch

= moralisch einwandfrei – sozial und ökologisch

Können [Unternehmen] Gewinne erzielen und dabei auch für die Kunden und die Umwelt das Richtige tun? Die Antwort ist einfach: **Ethische** Geschäfte sind gute Geschäfte. Eine Umfrage des US-Unternehmerverbandes stellte fest, dass das wichtigste Kriterium für die Meinungsbildung von Verbrauchern über Unternehmen die soziale Verantwortlichkeit in Bereichen wie Arbeitspraktiken, Unternehmensethik und Umweltproblemen ist. Die Verbraucher haben eine bessere Meinung über die Produkte der Firma, wenn sie sich ethisch verantwortlich verhält.

Solomon, Michael R.; *Konsumentenverhalten*, 11. aktualisierte Auflage, Pearson Deutschland, Hallbergmoos 2016, S. 121

b) Auswirkungen der Kundenbedürfnisse

Die individuellen Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten spielen eine herausragende Rolle bei der Frage, was von Unternehmen angeboten wird. Normalerweise beginnt kein Unternehmen, ein Produkt zu entwickeln, ohne eine klare Vorstellung von dessen Käufern oder Käuferinnen und deren Bedarf. Während der Produktentwicklung werden immer wieder typische Käufer oder Käuferinnen des Produktes befragt, ob sie das Produkt so kaufen würden und was sie sich in Bezug darauf noch wünschen würden oder was sie daran ärgert. Und am Ende entscheidet die Nachfrage, der tatsächliche Erfolg in Euro und Cent, darüber, ob ein neues Produkt ein Flop ist oder vom Unternehmen weiter angeboten wird. So sind die Bedürfnisse der Kunden und Kundinnen gewissermaßen der „Motor“ der Wirtschaft.



© Andrey Popov – stock.adobe.com

c) Siegel als Hinweis für Verbraucher

Zertifikat

= Siegel, das Käufern garantieren soll, dass das Produkt eine bestimmte Eigenschaft hat (z. B. nachhaltig hergestellt wurde)

Zertifizieren

= prüfen und ein Zertifikat vergeben

Inzwischen gibt es in Deutschland, Europa und in anderen Ländern eine Reihe von Siegeln, an denen Verbraucher umweltverträglich, menschenfreundlich und / oder ökologisch erzeugte Blumen erkennen können. Einige Siegel zielen vor allem auf die Verbesserung der Umweltbedingungen bei der Blumen-
5 produktion ab, so etwa „Das Grüne Zertifikat“ in Deutschland oder das niederländische MPS-Siegel des „Umweltprogramms Zierpflanzen“.

Das niederländische MPS-Siegel des „Umweltprogramms Zierpflanzen“ mit dem Zusatz „Socially Qualified“ berücksichtigt soziale und ökologische Aspekte. Die
10 Fair-Handels-Organisationen TransFair (Deutschland), Max Havelaar (Schweiz) und Fairtrade Foundation (Großbritannien) zertifizieren Blumen, die nach den Kriterien des Fairen Handels produziert werden. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen der Beschäftigten, daneben werden auch ökologische Kriterien berücksichtigt.

Faire und ökologische Blumen erkennen
Bundesverband Verbraucherinitiativen in: Oeko-fair.de

Diskussions- hinweise:

- ◆ Warum beeinflussen Konsumentinnen und Konsumenten die Unternehmen (siehe dazu auch a) und b)?
- ◆ Was kann jede und jeder Einzelne tun, damit Blumen nachhaltiger (also: umweltfreundlicher und sozial gerechter) hergestellt werden (siehe dazu auch c)?
- ◆ Was sagt das über die Marktmacht der Konsumentinnen und Konsumenten aus?

Rollenkarte C

Politische Aktivistin / politischer Aktivist

These:

„Jede und jeder sollte natürlich im Rahmen seiner und ihrer Möglichkeiten mit-helfen. Vor allem muss man aber das System verändern, indem man Druck auf die Politiker und Politikerinnen ausübt: Runter vom Sofa und demonstrieren gehen!“

Material:

a) Konsum-Kompass

[...] Ich werde trotzdem weiter meinen Müll trennen. Ohne Zweifel nutzt es etwas, wenn jeder bei sich im Kleinen ein paar Dinge besser macht. Aber gleichzeitig sollten wir alle uns immer wieder klarmachen, dass die großen Fragen die viel relevanteren sind. Dass große Veränderungen notwendig sind bei der Energie-
5 erzeugung, bei der Herstellung von Lebensmitteln, beim Warentransport, beim Verkehr. Wir sollten unseren Politikern damit so oft wie möglich auf die Nerven fallen und deutlich machen, dass uns bewusst ist, wo die wirklich wirksamen Entscheidungen getroffen werden, den Klimawandel zu stoppen. [...]

Katarina Schickling, *Der Konsumkompass: Was Sie wirklich über Plastikverpackungen, Neuseelandäpfel & Co. wissen müssen*, Mosaik, München 2020

b) Ausbeutung für den Valentinstag

In Deutschland kommen ungefähr 30 Prozent der Schnittblumen in unseren Geschäften aus Entwicklungsländern. Das sind Länder, die wirtschaftlich weniger entwickelt sind als Industrieländer. Dort werden Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer oft nicht gerecht für ihre geleistete Arbeit bezahlt. Die Arbeiterinnen und Arbeiter sind auch oft Pestiziden ausgesetzt. Pestizide sind Giftmittel, die in der Landwirtschaft eingesetzt werden, um Unkraut, Insekten oder Pilze zu beseitigen. Die Arbeitsbedingungen der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zu verbessern, ist Aufgabe der Politik und der Unternehmen.

Aber als Verbraucherin und Verbraucher, die wir ja sind, wenn wir etwas kaufen, können wir im Kleinen mithelfen. Wir können zum Beispiel auf Fairtrade-Siegel achten. Solche Siegel sagen uns, dass die Betriebe sich an bestimmte Bedingungen halten und streng und sorgfältig kontrolliert werden.

In Uganda oder Äthiopien zum Beispiel, Ländern in Afrika, arbeiten viele Menschen auf Blumenplantagen. Die Blumenindustrie ist für die Wirtschaft dort sehr wichtig. Sehr viele Menschen werden dort aber von der Arbeit auf den Plantagen krank. Die Bedingungen sind schlecht.

Für die Plantagen, also für die Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber, gibt es in diesen Ländern gute Bedingungen: das Klima ist gut, die Pacht (also Miete) für den Boden ist gering, und es gibt Steuererleichterungen für die Betriebe. Der Zugang zum Wasser ist kostenlos und es gibt kaum Kontrollen.

Aber die Menschenrechte werden oft nicht gut eingehalten. In den Ländern, in denen Gewerkschaften (freie Vereinigung für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer) und Organisationen frei arbeiten und die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer unterstützen können, sind die Arbeitsbedingungen viel besser und die Menschen werden auch nicht so oft krank. In Kenia zum Beispiel ist das so. Es hat aber sehr lange gedauert, bis es so weit war und Gewerkschaften dort gut arbeiten und die Menschen unterstützen konnten.

Viele wünschen sich, dass die Politik Gesetze und Sanktionen (Androhungen von Strafe) vorgibt, an die sich alle zu halten haben. Denn freiwillige Selbstverpflichtung von Unternehmen alleine funktioniert oft nicht so gut.

Auch die Ländern, die die Produkte, hier also die Blumen, einkaufen, sollen Gesetze erlassen und darauf achten, dass die Arbeitsbedingungen in den Ländern, in denen die Waren produziert werden, gerecht sind. Die Politik sollte vorgeben, dass auf den Blumen das Herkunftsland angegeben wird. Damit wird der Weg von der Herstellung zum Produkt transparent, wir Verbraucherinnen und Verbraucher können den Weg dann nachvollziehen.

**Diskussions-
hinweise:**

- ◆ Wird die Welt automatisch ein besserer Ort, wenn man zum Valentinstag nur noch Gewächshausblumen aus der Region kauft? Warum (nicht)? (siehe dazu auch a und b)?
- ◆ Was könnte man also (außer shoppen) noch tun?
- ◆ Was sagt das über die Marktmacht der Konsumentinnen und Konsumenten aus?

Rollenkarte D

Auszubildende / Auszubildender
in einem Blumenfachgeschäft

These:

„Als Blumenhandel hat man es sowieso total schwer. Der Kunde ist König: Wenn an Tagen wie Valentinstag oder Muttertag nicht genug Kunden in unseren Laden kommen, müssen wir bald aufgeben und das Geschäft für immer schließen.“

Material:

a) Interview mit einer Blumenhändlerin

Der Berliner Blumenhändlerin Olga Sirotin sind durch den Corona-Lockdown 60 Prozent ihres Umsatzes weggebrochen. Noch kann sie ihre Mitarbeiterinnen in Kurzarbeit beschäftigen. Aber wie lange noch? [...] „Dass ich meine Mitarbeiter durch diese Zeit nicht durchbringen kann und dass es zu Kündigungen
5 kommen könnte, das ist meine größte Angst“, sagt Olga. „Das geht nicht spurlos an mir vorbei.“

Hier ist er also: „Olgas Blumenbett“, ein Blumenladen im Prenzlauer Berg, Kollwitz-Kiez. Das ist ein sehr schöner, sehr schicker, sehr teurer Kiez. Von außen schon schön rot und weihnachtlich dekoriert mit Lichtern und kleinen Beeren,
10 roten Hagebuttenbeeren. Die zieren den Eingang, und wenn man [reinschaut], sieht man richtig schöne Adventsgestecke. Sehr pompös. Also nicht unbedingt der Low-Budget-Blumenladen.

„Mein Blumenladen hat zwei Standbeine: Wir verkaufen hier Blumen und Pflanzen aus dem Laden direkt und das andere Standbein sind Veranstaltungen
15 und große Dekorationen. Wir haben zum Beispiel einen Dauerauftrag in einem größeren Hotel in Berlin, wo wir [den Eingangsbereich und die Rezeption] mit Blumen dekorieren“, sagt Olga. „Die Hotels haben momentan absolutes Sparmodus-Programm. Daher werden natürlich auch als erstes die Blumen gestrichen. Und Veranstaltungen finden gar nicht mehr statt. Unsere Mitarbeiter sind
20 seit März 2020 auf 50 Prozent Kurzarbeit. Infolge der Kurzarbeit mussten wir unsere Öffnungszeiten auf die Hälfte reduzieren. Das merken wir natürlich auch.“

[...] Unter Corona sind ja manchmal auch kreative Ideen entstanden von Leuten, die aus der Not heraus in eine ganz andere Richtung gedacht haben oder etwas ganz anderes gestartet haben. Hat sie sich schon einmal überlegt, aus
25 dem Blumenbusiness heraus etwas zu machen, was in diesen Zeiten funktionieren könnte? „Was ich mir vorstellen könnte, wäre ein Onlineshop. Allerdings nicht für Blumen, sondern für Gefäße und hochwertige Keramiken und Vasen“, sagt Olga. „Aber weil ich ja nicht aus dem Bereich komme, kostet es mich auch wahnsinnig viel Kraft, überhaupt in die Richtung zu gehen. [...]

Deutschlandfunk: Eine Blumenhändlerin in der Coronakrise – Die tägliche Angst vor dem Aus.
Möller, Henrike (30.11.2020)

b) Blumen hinstellen reicht nicht: Tipps zur Ladengestaltung

„Storytelling ist ein magisches Stichwort im Einzelhandel. Dahinter verbirgt sich auch [im Blumenhandel] die Strategie, mit neuen Ideen und Inszenierungen Blumen und Pflanzen besser zu verkaufen. Grundlegend zielt dieses Marketing darauf ab, [Blumen] aus einer immer wieder neuen Perspektive zu zeigen und auf diese Weise Begehrlichkeiten zu wecken. In [der Ladengestaltung] bieten wechselnde Trends ein etabliertes Instrument, um neue Muster, Designs, Farben, Texturen und Formen in der Mode vorzustellen. So werden Konsumbedürfnisse bedient, saisonale Kaufanreize gesetzt und der Zeitgeist mit neuen Produkten gespiegelt. [...]

Fachverband deutscher Floristen (FDF): FDF-Flower Style Trends 2020

Diskussions- hinweise:

- ◆ Wie sieht der Alltag im Blumenladen aus? Welche Rolle spielen dabei die Konsumentinnen und Konsumenten (siehe dazu auch a und b)?
- ◆ Was würde es für Blumenläden bedeuten, wenn plötzlich keine Blumen mehr zum Valentinstag gekauft würden?
- ◆ Welche Schwierigkeiten könnten auftreten, wenn alle Blumenläden plötzlich nur noch Gewächshausblumen aus der Region kaufen möchten (nach einem Tag, nach einem Monat, nach einem Jahr)?
- ◆ Was sagt das über die Marktmacht der Konsumentinnen und Konsumenten aus?



Arbeitsblatt: Steckbrief

Wie stellt ihr euch den Menschen vor, der die Meinung von eurer Rollenkarte hat?
Wen spielt ihr also bei der Talkshow?

Steckbrief

Ich heiße _____ Das ist mein Spitzname: _____

Hier wohne ich: _____ Das mag ich: _____

Diese Sachen kaufe ich gerne: _____

Meine 5 besten Argumente lauten

Denkt daran: Argumente enthalten eine Begründung („weil...“):

Argument 1: _____

Argument 2: _____

Argument 3: _____

Argument 4: _____

Argument 5: _____

Aufgabe


3

Lest gemeinsam die Meinung eurer Rolle auf der Rollenkarte (A–D) durch und versucht, euch den Menschen genau vorzustellen, der diese Meinung hat.

- a) Füllt nun den Steckbrief auf dem Arbeitsblatt aus.
- b) Lest anschließend die Materialien auf der Rollenkarte.
- c) Sprecht in der Gruppe die Diskussionshinweise auf eurer Rollenkarte durch.
- d) Sammelt mindestens 5 Argumente, die eure Meinung unterstützen und notiert sie. Nutzt dabei die Informationen aus den Materialien.
- e) Überlegt, was die anderen gegen eure Meinung sagen könnten und was ihr darauf antworten würdet.
- f) Bereitet euch darauf vor, am Anfang der Diskussion
 - ◆ euch kurz vorzustellen (mit dem Namen, den ihr der Rolle gegeben habt) und
 - ◆ eure Meinung mit den wichtigsten Argumenten zu präsentieren.
- g) Sucht ein Gruppenmitglied aus, das eure Rolle in der Diskussion vertritt.



Arbeitsblatt: Beobachtungsbogen für die Diskussion & Meinungsbogen

	Name	Seine / Ihre Meinung	Das waren die Argumente
Talkshow-Gast Nr. 1			
Talkshow-Gast Nr. 2			
Talkshow-Gast Nr. 3			



Arbeitsblatt: Eigene Position formulieren und begründen

Meine Meinung (ich selber, nicht meine Rolle): _____

Das sind die Argumente, die ich am wichtigsten finde:

Argument 1: _____

Argument 2: _____

Argument 3: _____

Argument 4: _____

Argument 5: _____

Aufgaben

- 
4 Fasse auf dem Arbeitsblatt „Beobachtungsbogen für die Diskussion & Meinungsbogen“ zusammen, was die anderen Talkshow-Gäste jeweils Wichtiges gesagt haben. Notiere dabei für jeden Gast getrennt.
- 
5 Jetzt vergiss die Rolle, die du mit deiner Gruppe übernommen hast und überlege, welche Meinung du – nachdem du so viele Argumente gehört hast – zur Marktmacht der Konsumenten und Konsumentinnen hast und welche Argumente dich am meisten überzeugt haben oder die dir selber eingefallen sind. Trage dies auf dem Arbeitsblatt „Eigene Position formulieren und begründen“ ein.